International Journal of Innovation and Applied Studies
ISSN 2028-9324 Vol. 7 No. 1 July 2014, pp. 239-250

http://www.ijias.issr-journals.org/

L'Excellence dans la Revitalisation Urbaine. Une Mise en Valeur Architectonique des Marchés de plein air à Busan

[The Excellence in Urban Revitalization. An Architectonic Enhancement of Outdoor Street Markets in Busan]

Djamil Benghida

Department of Architecture, School of Design & Creative Technology,
Dong-A University,
South Korea

ABSTRACT: Busan is one of the most densely populated urban areas in South Korea. The tremendous pressure this megacity exacts on architecture in terms of urban revitalization promotes innovation. The purpose of this article is to explore the urban renewal in one particular aspect: the outdoor market in Busan. The development of South Korea, supported by a robust policy and reinforced by Chaebols, has resulted in a legacy of unattractive concrete. When the time has come to review, the Korean government has implemented a new and more influential policy with the aim of improving the economic vitality and preserving the Korean culture. Policymakers have not failed this time to follow the train of modernity and opted for sustainable architecture. Busan is a great city and it represents a laboratory ideally suited to this new policy. The strict criteria of sustainable design are fully respected in order to preserve the cultural heritage of Busan community. Two international examples, Mexico and Rouen, served as an inspiration for projects of Busan where outdoor markets represent nuclei of economic productivity and catalysts of social life. Market Jagalchi was in dire need of new ideas and a revitalization project was undertaken that we will study in detail.

KEYWORDS: Urban Revitalization, Outdoor Market, Local Economy, Sustainable Architecture, Dynamic City.

RESUME: Busan est l'une des villes urbaines les plus densément peuplées en Corée du Sud. La pression démesurée que cette mégapole exige sur l'architecture en termes de revitalisation urbaine favorise l'innovation. Le but de cet article est d'explorer le renouvellement urbain dans un aspect particulier : le marché de plein air à Busan. Le développement de la Corée porté par une politique forte et soutenu par les *Chaebols* a eu pour conséquences pour l'heure un héritage en béton disgracieux. Quand l'heure de la révision a sonné, les pouvoirs publics ont mis en place une nouvelle politique en Corée plus agressive visant le dynamisme économique et préservant la culture coréenne. Les décideurs n'ont pas manqué cette fois-ci de bondir dans le train de l'actualité et d'opter pour une architecture durable. Busan est une ville fantastique et représente un laboratoire parfaitement adapté à cette nouvelle politique. Les critères de conception durable stricte y sont parfaitement respectés afin de préserver l'héritage culturel de la communauté de Busan. Deux exemples internationaux, au Mexique et à Rouen, ont servi d'inspiration pour les projets de Busan où les marchés de plein air représentent des noyaux de productivité économique et des catalyseurs de la vie sociale. Le marché de Jagalchi avait grand besoin d'idées nouvelles et un projet de revitalisation a été entrepris que nous étudierons en détails.

MOTS-CLEFS: Revitalisation Urbaine, Marché de Plein Air, Economie Locale, Architecture Durable, Ville Dynamique.

1 INTRODUCTION

L'architecte compose avec les éléments de l'environnement pour créer, façonner et construire des espaces de vie, tout en exploitant différemment les éléments de la nature. Ces créations architecturales peuvent être distinguées selon deux modes: les constructions temporaires; dont l'utilisation est limitée dans le temps, et les constructions permanentes, qui varient suivant la conception des infrastructures (le choix de l'espace, des matériaux, l'impact climatique, etc.). Dans le cas des projets de marchés, il est important de créer une structure robuste, facile à entretenir et avec un minimum de coûts.

L'architecte est l'artiste de l'organisation, c'est donc dans sa nature que l'architecte éprouvera le plus souvent le besoin de restructurer l'espace des marchés de plein air symbole du désordre urbain. Ce type de marchés revêt une importance capitale quant au tissu architectural et identitaire des villes d'autant plus que ces marchés de plein air jouent un rôle important dans la vie économique et sociale de la communauté. À ces objectifs professionnels s'ajoutent souvent des contraintes législatives et administratives destinées à réglementer l'exploitation des espaces publics.

La plupart des recherches réalisées sur les marchés de plein air ont été développées au travers du prisme de l'étude urbanistique, économique voire même touristique. Le versant architectural semble être systématiquement délaissé. Au-delà de l'aspect fonctionnel et urbanistique du marché, l'aspect formel constitue une architecture invisible qui n'est pas pris en considération par les études urbanistiques contemporaines pour lesquels la forme de ce type de marché est sans intérêt.

L'objectif principal de cet article est d'analyser le cas du renouvellement urbain dans la ville de Busan en citant des exemples concrets de marchés de plein air. Selon nous, l'intervention sur la revitalisation urbaine des marchés de la ville de Busan va non seulement créer une atmosphère qui encourage l'activité piétonnière mais va aussi rendre le quartier plus prospère et plus dynamique et va renforcer la communauté dans son ensemble.

Il faut, de prime abord, apporter certaines clarifications à notre terminologie trop souvent contaminée par des glissements sémantiques, car pouvant induire en erreur toute personne qui s'intéresse aux marchés de plein air. Le marché de plein air est la déviation d'une rue ou d'une allée de sa fonction classique vers une activité économique et commerciale durant une période donnée qui peut être un jour par semaine par exemple. Il s'agit d'une variante du Souk qui est le marché de plein air connu dans les pays arabes et qui se distingue de notre cas d'étude par le fait qu'il soit localisé dans une place publique souvent dédiée à cet effet. Ce lien à la rue qui caractérise les marchés de plein air est plus évident dans l'appellation anglaise « *Open-Air Street Market* ».

2 LE DÉVELOPPEMENT FULGURANT DE LA CORÉE

Grâce à une politique déterminée de réorientation stratégique avec une nette percée des exportations, la Corée s'est imposée dans de nombreux secteurs comme l'agriculture, la pêche et l'industrie textile. Une croissance auto-entretenue, dès les années 70 a conduit au développement du pays. Cette économie se classe, de nos jours, parmi les trente premières au monde. La croissance économique de la Corée a permis, outre une industrialisation rapide, une urbanisation importante du pays, en raison de la stratégie de «pôles de croissances» que le gouvernement Coréen a adopté dès les années 60 [1]. D'imposantes constructions en béton armé s'élevaient à travers le pays sans aucun égard au style architectural ou du patrimoine architectonique, mais focalisées uniquement sur l'aspect fonctionnel du cadre bâti [2].

En 1950, le nombre total de la population coréenne était de 18.8 million, avec une croissance démographique importante. Ce chiffre avoisine les 50 millions en 2013 [3]. Cette croissance a eu pour corollaire, de nombreux problèmes urbains, notamment la pénurie de logements accessibles aux travailleurs à faible revenu et dont l'importance s'est amplifiée suite à l'exode rurale. Le président Kim Young Sam en 1993 a appelé chaque Coréen à saisir la dernière chance de moderniser le pays. Des firmes coréennes performantes, connues sous le nom de *Chaebols* (correspondant à des clans financiers contrôlés par les familles fondatrices), se sont aussitôt identifiées comme de véritables fers de lance de cette quête de la modernité et ont été les véritables artisans du miracle coréen [4]. En 2007, la Corée se classait au treizième rang mondial des pays selon leur produit intérieur brut (PIB).

Ce progrès devrait, selon nous, se poursuivre avec l'ouverture des marchés coréens à divers collaborateurs étrangers qui y voient une opportunité unique puisque la Corée est considérée comme la « porte d'entrée vers les pays de l'Asie de l'est » [5].

3 POLITIQUE D'URBANISATION EN CORÉE

Jusqu'aux années 70, un tiers de la population Coréenne a vécu dans des bidonvilles, mais la situation a changé au rythme de l'industrialisation du pays. La croissance économique est une « révolution tranquille» ; une appellation utilisée la première fois pour décrire la période de changements socio-politiques vécus au Québec dans les années 60.

À l'image de certaines capitales européennes gangrénées par le béton, les villes ont connu une croissance exponentielle et une expansion tentaculaire qui rapidement a étouffé les coréens jaloux de leur identité et de leur culture qui tend à disparaître sous le poids du béton.

L'objectif prioritaire, et louable admettons le, du gouvernement coréen durant cette période était de construire des logements le plus rapidement possible, toutefois pour des raisons de coûts, les projets entrepris ont sciemment négligé les espaces verts, les espaces publics et l'aspect esthétique de l'architecture. La réhabilitation urbaine et durable durant cette période consistait en l'élimination des constructions illicites ou insalubres par de nouvelles constructions qui respectent les normes internationales de l'habitat.

Depuis les années 90, un nouveau concept de développement durable a vu le jour axé autour du respect de l'environnement. En 2010, le Ministre des terres, des transports et des affaires maritimes (Division logement de réaménagement), a validé un projet de loi (n. 02-2110-8270) concernant la promotion de la rénovation urbaine [6]. Selon l'article 1 de cette loi, le but est de promouvoir un développement urbain équilibré et de contribuer à l'amélioration de la qualité de vie de la population et la mise en œuvre de projets pour l'amélioration de l'environnement résidentiel, l'expansion des infrastructures, et la récupération des fonctions urbaines dans les zones urbaines défavorisées. Par ailleurs, l'article 2, paragraphe 2, section c, définit les marchés traditionnels comme « *objectif de promotion de la régénération à prendre en considération dans la régénération de la promotion du district* ».

4 LE CAS DE LA VILLE DE BUSAN

Busan est la seconde ville coréenne en termes d'activité commerciale. Située au Sud-Est du pays, sa création remonte à quatre siècles avant notre ère. Ville portuaire par excellence, le port de Busan est au dixième rang mondial en termes de trafic portuaire. La ville de Busan est également célèbre par ses attractions touristiques, ses sites historiques, ses sites culturelles et bien-sûr par son poisson frais. Avec une population de plus de 3.6 million, les marchés de plein air y sont nombreux. Les sites de Jagalchi et de Gukje, au cœur de Busan, sont des lieux de convivialité et contribuent au dynamisme économique des quartiers avoisinants.

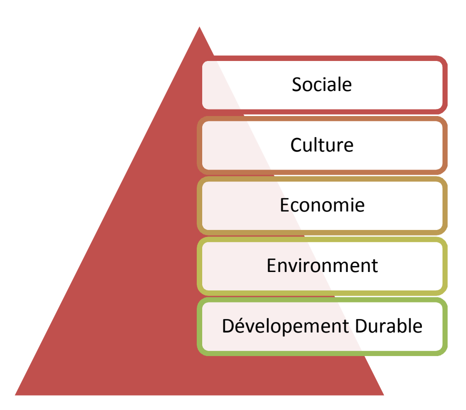
Les cinq principaux marchés de plein air busanais sont répertoriés dans le tableau 1:

Tableau 1 : Principaux marchés de plein air de la ville Busan. (Source : Auteur)

Nom	Lieu	Creation	Ouverture	Horaire	Parking	Type
Jagalchi	Nampo dong	1922	Tous les jours	08 :00 / 22 :00	Oui	Fruits de mer
Kukje	Sinchang dong	1945	Sauf le troisième dimanche du mois	09:30 / 19:30	Non	Divers
Bupyeong	Bupeyong dong	1910	Tous les jours	18 :00 / 24 :00	Non	Divers
Bosu	Bosu dong	1950	Sauf le troisième dimanche du mois	11:00 / 20:00	Non	Vieux livres
Gijang	Gijangeup	1944	Tous les jours	24/24	Non	Fruits de mer

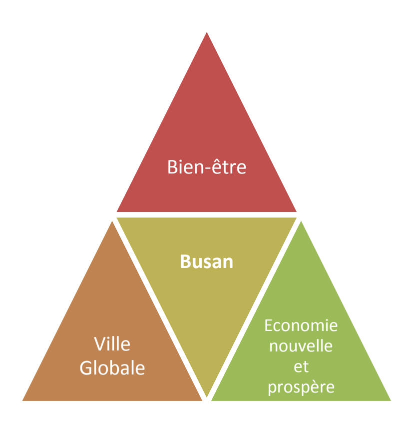
Busan, la ville qui ne cesse de s'accroître, est un hub économique crucial en Asie du Nord-Est. Le Dr Hur Nam-sik, est maire de la ville de Busan depuis 2004, travaillant sans relâche pour rentrer Busan dans le top 10 des villes mondiales. Ses objectifs ambitieux peuvent être schématisés selon trois grands axes principaux (diagramme 1): l'économie, l'environnement et la culture. Cette dernière étant intimement liée à l'héritage social et historique du peuple coréen.

Diag. 1. Les axes principaux du Maire de Busan. *(Source : Auteur)*



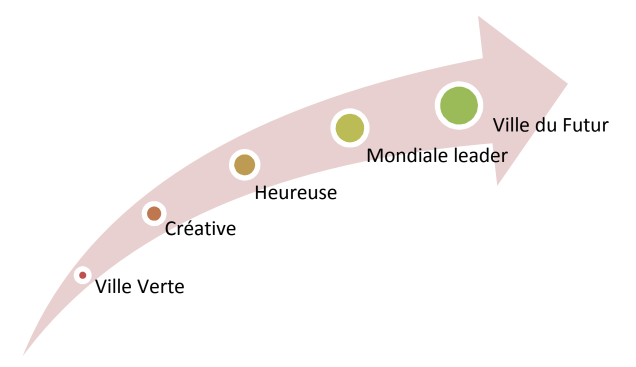
Des initiatives stratégiques intéressantes sont en train d'être élaborées au sein même de la ville de Busan. Ces initiatives respectent trois principes fondateurs que sont le bien-être des citoyens de la ville de Busan, le respect de la dimension de ville globale que mérite amplement Busan et enfin l'apport de nouvelles filières économiques garantissant la prospérité (diagramme 2.).

Diag. 2. Principes fondateurs des initiatives à Busan. *(Source : Auteur)*



Des exigences modernes dans l'élaboration de projets colossaux sont en réalité assez simples puisqu'ils incluent la dimension humaine de la ville avec ses besoins écologiques et la vision tournée vers le monde de cette ville florissante (diagramme 3).

Diag. 3. Les dimensions de la ville du futur. *(Source : Auteur)*



5 LE TOURNANT DE L'ARCHITECTURE DURABLE

Le concept d'une ville du futur comporte des objectifs sociaux, environnementaux, politiques et culturels, ainsi que physiques et économiques. Il s'agit d'un organisme dynamique aussi complexe que la société elle-même et assez sensible pour réagir rapidement aux changements de Busan, la ville du futur, une ville aux multiples facettes (tableau 2)

Tableau 2 : Conception de Busan comme ville écologiste futuriste. (Source : Auteur)

Busan	est une ville où la justice, la nourriture, le logement, l'éducation, la santé et l'espérance sont équitablement répartis et où tout le monde (population) participe au développement;
Esthétique	l'art, l'architecture et le paysage stimulant l'imagination et l'esprit;
Créativité	l'ouverture d'esprit et d'expérimentation mobilise pleinement le potentiel de ses ressources humaines et permet une réponse rapide au changement;
Ville écologique	minimise son impact écologique. Où le paysage et la forme bâtie sont équilibrés et où les bâtiments et les infrastructures sont économes en ressources naturelles;
Mobilité	l'information est échangée en face-à-face et par voie électronique.
Compact et polycentrique	qui protège la campagne, se concentre et intègre les communautés dans les quartiers et maximise proximité;
Diversité	où un large éventail d'activités qui se chevauchent crée l'animation, de l'inspiration et favorise la vie publique.

La conception de projets architecturaux a changé substantiellement depuis les dernières décennies. L'architecte conçoit des projets de villes du futur en portant la casquette de designer, paysagiste, urbaniste, ergonome, etc. Le projet qu'il conçoit doit prendre en considération de nombreux facteurs sociaux, touristiques, économiques et de vivabilité (diagramme 4).

Diag. 4. Les facteurs liés au projet architectural. *(Source : Auteur)*

Tourisme
Vivabilité
Social
Valeurs économiques
Le projet architectural

Les critères de conception peuvent schématiquement être listés comme suit :

- ✓ La conception aspire à réinventer la rue et correspond à la créativité.
- ✓ La conception est modulaire, dans le sens où une unité peut se multiplier, pour offrir la flexibilité à l'échelle en fonction de l'espace: la fluidité et la plasticité de l'espace sont les principales caractéristiques.
- ✓ La conception prend égard des matériaux qui seront utilisés et leur impact sur l'environnement: le critère de qualité est donc essentiel.

Les avantages économiques et les retombées financières de telles initiatives sont essentiels. Une stratégie réussie peut créer de nouveaux emplois et stimuler la croissance économique tout en répondant aux besoins du secteur public tel que le tourisme. Le développement du marketing des marchés de plein air présente un effet direct sur le commerce de détail. L'industrie de détail a commencé à reconnaître la culture comme un outil d'attraction d'une éventuelle clientèle.

Développer une économie de marché de plein-air peut avoir des retombées économiques sur toute la région à long terme ce qui entrainera des revenus réguliers pour toute la ville, cet impact financier peut être maximisé localement et régionalement par le biais des fournisseurs et sous-traitants locaux comme les restaurants, les hôtels et les transports.

La culture et le développement social vont de pair et peuvent bénéficier de l'injection de la vie dans ces espaces micro-urbains régénérés et donner aux gens une meilleure image de leur quartier mais aussi donner/ou récupérer une identité architecturale à une ville comme Busan.

La régénération des espaces urbains (marché de plein air) joue un rôle clé dans la cohésion de la communauté et le tissage des liens forts au sein de plusieurs quartier, c'est une conception inclusive qui a pour but tous les groupes sociaux de la ville, en outre, des activités créatives peuvent engager et inclure les personnes avec un handicap ou âgées.

S'agissant des avantages environnementaux ou physiques, cette régénération urbaine relie le vernaculaire avec le contemporain dans un nouveau cadre de l'aménagement urbain, et fournit une base intéressante pour la participation des citoyens, et ainsi favorise le marché de plein air comme une destination de patrimoine culturel et industriel, et initie la formation des compétences et de nouveaux emplois dans le patrimoine et le secteur touristique.

La ville de Busan peut utiliser avec succès ce patrimoine et le développer comme une marque unique et ainsi générer des emplois supplémentaires. Les marchés de plein air sont une occasion unique de combiner la richesse du patrimoine avec la culture et l'engagement communautaire. En investissant dans la création d'espaces attractifs, la ville de Busan va attirer et retenir les entreprises.

La transformation physique a peut-être besoin d'être accompagnée par un changement symbolique. Beaucoup de zones défavorisées et délabrés à Busan souffrent d'une image désuète et d'une mauvaise réputation, et sont associés à un déclin économique et ses conséquences sociales.

D'une manière générale, la stigmatisation peut endommager les perspectives d'emploi des résidents locaux, saper la confiance locale et l'estime de soi, décourager l'investissement privé dans le logement et le développement économique, et décourager les visiteurs et les autres groupes ayant un pouvoir d'achat qui pourraient aider à la relance économique. La raison pour laquelle les efforts pour améliorer l'image locale, améliorer l'environnement naturel, modifier les perceptions extérieures et redéfinir l'espace d'une manière plus positive, peut être un élément essentiel d'une vaste stratégie de régénération.

La stratégie communautaire durable est identifiée comme étant l'amélioration de l'image aux touristes, est une question clé à Busan. Les améliorations des attractions du patrimoine et de l'environnement peuvent faire la ville de Busan un centre régional pour l'économie du tourisme. Un objectif clé de la stratégie est: «Stimuler la culture et les loisirs: activités culturelles, promotion de la créativité et à accroître les possibilités pour les gens de découvrir des activités récréatifs de haute qualité. » (diagramme 5).

Diag. 5. Les dimensions de l ́impact économique de l ́architecture durable. *(Source : Auteur)*



6 EXEMPLES DE DÉVELOPPEMENT URBAIN

Le renouvellement urbain désigne non seulement le recyclage urbain dans leur dimension architecturale, mais aussi parfois un phénomène plus limité de revitalisation de quartiers existants sans avoir recours pour autant à la démolition.

Le défi qui se présente aux architectes dans ce genre d'exercice est de réussir à intégrer leurs idées de régénération urbaine tout en préservant l'âme et le caractère typique de la zone du projet, et en déclenchant une cascade de conséquences positives au niveau économique, social, culturel, écologique et physique.

Nous aborderons dans cet exposé le cas de deux exemples réussis sur deux sites différents, l'un en France, et l'autre au Mexique, et qui se sont révélés comme opportunités pour reconquérir l'espace et le transformer en un territoire plus stratégique qui a donné lieu à deux modèles urbains fort intéressants.

Le premier modèle se trouve en France, il s'agit de l'église Jeanne d'Arc et la place du vieux-marché dans la ville de Rouen (figure 1 et figure 2).



Fig. 1. Vue aérienne de l´église Jeanne d´Arc (E) et du vieux marché adjacent (M). *(Source: Google earth)*



Fig. 2. Photo de l´église Jeanne d´**Arc et du vieux marché adjacent.** *(Source: Flickr)*

L'architecte Louis Arretche a conçu la nouvelle église de Jeanne d'Arc en 1979 sur l'ancien site d'une église qui se trouvait au centre-ville de Rouen, en Haute-Normandie. L'architecte a vu son œuvre reconnue puisqu'il a été désigné lauréat du concours grâce à l'hybridité de sa conception ingénieuse; l'architecte a donné une forme architectonique particulière à la toiture non seulement en lui donnant une forme qui évoque le casque de l'armure de Jeanne d'Arc, mais aussi en créant une extension de cette même toiture pour intégrer la place du vieux-marché (marché de plein air) qui se présente sous la forme d'une extension de l'église. L'architecte a pu valoriser ainsi deux entités, l'église et le marché de plein air, en toute convivialité créant une cohésion urbaine au bénéfice des vendeurs, des habitants et des touristes. Un espace urbain a vu le jour invitant à la fois à l'échange, à la socialisation, au repos, à la promenade, etc.

La revitalisation de cette zone de commerce et de ce lieu de culte limitrophe a répondu avant tout à un enjeu essentiel du développement durable quant à sa performance au niveau de l'économie, de l'environnement et du le fonctionnement de la ville en général.

Le second projet au Mexique a été construit plus récemment, en 2011 : le renouvellement du Malecón de Puerto Vallarta. Le projet a été désigné lauréat dans le concours de rénovation urbaine dans le centre-ville, parmi les seize projets proposés. Ce projet a valu le titre du Meilleur projet de design urbain à « la XII Biennale d'architecture mexicaine 2012 » qui s'est tenue dans la ville de Durango.

Situé dans le centre historique de Puerto Vallarta, sur le bord du quai de 870 mètres en longueur qui débute de la Plaza Pescadores et qui s'étend tout le long du chemin de la Plaza de Armas, le Malecón est, aujourd'hui, une icône emblématique de la ville offrant une vue magnifique sur la baie et attirant les touristes vers une grande variété de restaurants, de bars, de galeries d'art, de bijouteries, de boutiques. Plus de dix-sept sculptures et autres attraits qui en font un lieu de prédilection pour les visiteurs et les habitants ceinturent ce lieu exceptionnel (figure 3).

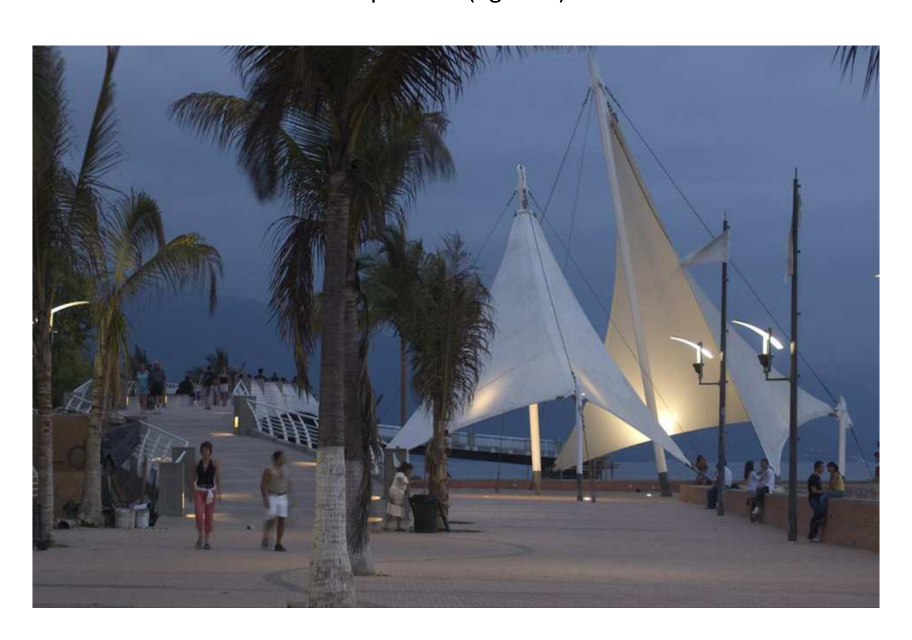


Fig. 3. Le renouvellement du Malecón de Puerto Vallarta. *(Source : Agraz Arquitectos)*

Ce qui rend ce projet intéressant pour notre cadre d'étude, c'est l'utilisation d'infrastructures métallique et textile, nommée « structure tendue » ou « structure à câble ». Il s'agit d'une structure légère qui a la forme d'un voile aéré offrant un confort optimal, présentant l'avantage notable de la facilité et de la rapidité de construction, et utilisant des matériaux de construction inaltérables.

Ces deux exemples réussis en France et au Mexique, et ces deux structures de protection, furent les ancêtres d'un nouveau concept plus audacieux proposant des toitures en toile imaginées par la société *XpecteDesign*, font basculer les concepts de design durable dans une nouvelle ère de la régénération urbaine contemporaine à Busan et contribuer ainsi à la prospérité de cette ville tant sur le plan économique que sur le plan social et la qualité de vie. Busan grâce à cette voie empruntée, cramponnée à son passé, définitivement tournée vers son avenir, renforce sa compétitivité face à un monde en profonde mutation.

7 LE MARCHÉ DE PLEIN AIR

Le marché de plein air n'est pas bien connu puisqu'il est souvent confondu avec le souk ou le bazar. Il nous paraît donc pertinent de passer en revue un certain nombre de caractéristiques des différents lieux de commerce apparentés au marché de plein air afin de les différencier comme résumé dans le tableau 3.

Tableau 3 : les caractéristiques des marchés de plein air. *(Source : Auteur)*

Type	Definition	Structure	Lieu
Marché de plein air/Ouvert	Lieu public de vente et d'achats de biens et de marchandises à l'air libre.	Temporaire	Rue Place
Marché couvert	Marché local destiné à la vente des produits locaux.	Permanente	Bâti
Bazar	Marché de détail dans les villes perses.	Permanente	Bâti
Souk	Marché dans les villes arabes.	Permanente	Place
Marché aux puces	Marché de détail exclusivement d'articles de récupération (objets usagées).	Temporaire	Rue
Marché forain	Marché de détail mobile, qui n'est pas du lieu.	Temporaire	Rue Place
Passage/Gallerie	Éspace commercial urbain entre deux immeubles couvert et piétonnier.	Permanente (verre et acier)	Rue Place

Pour se positionner comme étant un pôle attractif, le marché de plein air, en plus de la spécificité du produit vendu, doit être visible. En effet, sans aucune structure architectonique il n'a jamais eu l'opportunité d'être mis en valeur et d'être défini comme un élément architectural dans le tissu urbain. A l'intérieur même du marché on y trouve des aires de circulation des piétons qui attirent le public et encouragent celui ci à s'y adonner à plusieurs activités dynamiques[7].Le marché de plein air peut être composé de bancs d'expositions des marchands et souvent de parasols aux couleurs et aux formes aléatoires. Le marché est un lieu public de vente et d'achat de biens, de marchandises, de fruits, légumes frais, ou de poisons ; il peut être couvert ou non-couvert et peut se situer dans une place publique ou sur une voie entre deux immeubles.

L'inscription des marchés sur la liste du patrimoine mondial de l'Unesco a apporté à la ville de Carcassonne une rentabilité touristique quadruple, par la majoration de la fréquentation touristique. Cette augmentation de fréquentation touristique est tributaire du label Unesco, mais aussi et surtout à la visibilité des sites.

Plus qu'un simple endroit pour acheter des fruits frais, des légumes et du poisson, les marchés de plein air peuvent être des moteurs hautement efficaces pour le développement économique et de la régénération urbaine.

Le marché de plein air a joué un rôle très important dans les villes européennes, non seulement économiquement, mais aussi en termes de développement social, environnement, planification, tourisme et développement communautaire. C'est cette "image globale", en termes d'externalités positives que les marchés ont lié les villes entre elles, et ont favorisé le développement durable de la ville du futur.

Selon une étude anthropologique et économique faite aux États Unis en 1995, concernant le marché de plein air Maxwell à Chicago [8], le marché pointe un certain nombre d'avantages tels que la création d'emploi familiaux, et des avantages pour les consommateurs (produits frais et abordables), sur le plan social, le marché de plein air participerait à l'absorption de la délinquance par les possibilités de travail qu'il offre. Ainsi, il n'y a que des bénéfices touristiques supplémentaires notamment pour les sites historiques.assure ainsi le maintien des traditions historique.

L'inscription à la liste de l'Unesco n'est toutefois pas obligatoire pour rendre un site touristique. Ce qui rend un site touristique attrayant, c'est sa visibilité : les marchés de plein air à Busan, sont déjà visibles par tout le monde avec plus d'une centaine de marchés à travers toute la ville mais qui ne sont visibles qu'à travers des photos de produits vendus; généralement du poisson dans le cas de Jagalchi, mais sont invisibles du point de vue strictement architectural.

8 EXEMPLE CONCRET: LE PROJET DU MARCHÉ DE JAGALCHI

Célèbre marché de fruits de mer, qui a été crée en 1945, le marché de *Jagalchi* est situé dans le quartier de Nampo-dong à Jung-gu, *Jagalchi Fish Market* à Busan est le plus grand marché aux poissons de Corée du Sud.

Ce marché est situé à proximité du port Nampo (figure 3), ce qui facilite la livraison du poisson aux vendeurs. Les femmes âgées sont majoritaires parmi le personnel y travaillant, les hommes se trouvent traditionnellement au large pour la pêche. Véritable attraction touristique avec, cerise sur le gâteau, une disponibilité de plusieurs restaurants.



Fig. 3. Marché de Jagalchi. *(Source : Google earth)*

L'institut de développement de la ville de Busan (*Busan Development Institute : BDI*) a engagé une démarche originale : un concours international d'idées pour l'amélioration de la vivabilité de la ville dans les domaines suivants (tableau 4):

Tableau 4. La vivabilite de la ville de Busan. *(Source : Busan Development Institute)*

Champ	Description
Économie et industrie	Promouvoir le développement de l'activité économique et de l'industrie innovatrice.
Tourisme et culture	Développement des ressources, des infrastructures touristiques et culturelles.
Espace urbain	Développement urbain et des projets d'aménagements de zones industrielles défavorisées.
Bien-être social	Initiatives politiques et infrastructures.
Autres	Législations et réglementations.

9 DESCRIPTIF DU PROJET VAINQUEUR

La genèse de l'idée centrale de la conception du marché de Jagalchi est née du besoin de la ville de concepts innovants axés autour de l'architecture durable d'une part, et de l'observation de projets innovants passés à travers le monde qui ont offert une singularité et une ingéniosité particulière.

Le prix d'excellence fut décerné à l'agence de Design et D'Architecture Italienne *XpecteDesign* pour leur proposition créative qui répond parfaitement aux exigences des autorités locales concernant les trois questions urgentes dans les cinq prochaines années (figure 3).

Le projet en question permet de créer une symbiose entre le passé, le présent et le futur, avec une certaine ingéniosité, non seulement par la redéfinition des marchés de plein air traditionnels dans la ville, mais aussi par la revitalisation de l'identité architecturale locale avec les nouvelles technologies de construction dans une perspective durable et low-cost.

L'idée était de créer un espace extérieur avec une structure temporaire, mobile est légère dont le résultat se traduira par un paysage spatial, géométriquement homogène qui permet le bon fonctionnement des activités quotidiennes des commerçants tout en liant ceux-ci avec les usagers et les touristes.

Nous tâcherons de décortiquer brièvement les différentes composantes de ce projet.

Le point de départ a été certainement la compréhension du mode de vie des citoyens de Busan chez qui le marché de plein air constitue une composante de la société. Ces espaces fortement achalandés constituent un véritable kaléidoscope de couleurs, de sons et de senteurs et où les citoyens de Busan excellent dans l'art de la négociation. Il n'est pas surprenant de voir ce type de marché, quasi patrimoine culturel coréen, parsemés dans les quatre coins de la ville.

La seconde particularité de ce projet, malgré qu'il puisse être généralisé à n'importe quel marché de plein air, c'est qu'il a été pensé pour le marché de *Jagalchi* spécifiquement. Le but ayant été de rendre l'endroit homogène, fonctionnel et lui attribuer un caractère distinctif afin de mieux représenter les ambitions urbaines de la ville de Busan. L'aspect esthétique du site devait représenter l'âme du vieux Busan afin d'en amplifier la valeur.

En ce qui a trait aux modalités de la réalisation, la seule contrainte que le designer s'est imposé est de respecter le site et de ne pas le dénaturer, tant au moment de la conception même que au moment de la mise en place du marché et de sa fermeture. Il n'est pas rare de voir à travers le monde des sites de marché de plein air où la circulation est impossible, et qui laissent place à une scène de désolation le soir venu avec des déchets amassés en petits monticules dans le coin de la rue. La ville de Busan ne pouvait supporter un tel traitement. L'idée était donc de mettre en place des structures amovibles susceptibles d'être installées et enlevées en moins de trois heures.

Ces structures en toile résistante et en métal, dont la forme est généreusement inspirée du modèle floral Corolle, répondent parfaitement à ces exigences. Les modèles en toile existent de façon abondante à Busan, le but de ce projet est donc de les rendre homogènes en leur offrant un design de qualité mais qui doivent être accessibles aux petits commerçants et préfabriqués et qui seront assemblés et désassemblés selon le besoin.

Les avantages de ces concepts peuvent être énumérés comme suit:

- ✓ Amélioration de l'aspect esthétique de la place de ce marché.
- ✓ Offrir une protection contre les éléments de la nature pour ce marché spécialisé dans la vente de poisson, marchandise particulièrement périssable.
- ✓ Respect du site où aucune transformation n'est nécessaire par des structures faciles à monter et à démonter.
- ✓ Conception d'unités « Florales » pouvant être placées dans n'importe quel endroit.
- ✓ Faible coût du design qui serait estimé entre $20.000 et $35.000 USD.
- ✓ Redynamisation de l'économie du quartier.

10 CONCLUSION

L'intervention sur la revitalisation urbaine des marchés de la ville de Busan s'inscrit dans une politique urbaine sociale et une politique de développement urbain qui touche différents domaines économiques, culturels, sociologiques, environnementales, techniques, architecturales, etc.

Les architectes ou les urbanistes font souvent face à une décision mue par des valeurs culturelles, des valeurs politiques, des valeurs économiques et enfin des valeurs esthétiques dans le but de donner forme à l'environnement physique. Afin de répondre au mieux aux nécessités d'un lieu, ce processus a besoin avant tout de la combinaison de l'expertise et du savoir-faire de plusieurs professionnels du milieu urbain; architectes et urbanistes pour la plupart, mais aussi constructeurs, graphistes, sociologues, artistes, paysagistes, etc. Dans le cas des marchés de plein air de Busan, visiblement, l'urbaniste s'est concentré sur la fonction urbaine des lieux en termes de vie sociale et d'activités économiques, rendant ainsi nécessaire l'expertise de l'architecte qui peut enrichir davantage les dimensions physiques et esthétiques. Comme le dit si bien Léonard De Vinci : «Les détails font la perfection, la perfection n'est pas un détail». L'architecte se voit, de nouveau, investi de sa noble mission d'offrir une cure de jouvence aux villes du monde. Busan, à l'image de la Corée grandissante et flamboyante de mille feux, a souffert des errances en termes de politique d'urbanisation.

Le Plan d'action de la ville de Busan que ces professionnels du milieu urbain ont besoin de relever mène, à notre avis, à trois grands défis étroitement liés les uns aux autres. Le premier défi est de définir le potentiel du marché de plein air pour contribuer à améliorer la compétitivité économique et l'emploi afin d'améliorer le capital humain et social, et de valoriser l'environnement urbain et les infrastructures. Le deuxième défi est la nécessité d'encourager une panoplie d'actions au sein du marché de plein air, comme une zone urbaine bien déterminée, afin d'accélérer un processus décisionnel innovateur

entre les urbanistes et les architectes. Le troisième défi est de rendre les marchés de plein air plus durables sans pour autant imposer des coûts élevés pour leur développement urbain.

Les standards ayant changé, la Corée prend le train de la modernité en adoptant en politique de renouvellement urbain axé autour de l'architecture durable à coûts minimes.

La société *XpecteDesign* a réussi, s'inspirant des expériences mondiales à créer un concept qui trouvera facilement sa place dans tous les marchés de plein air à travers le monde. Ma connaissance de ce peuple travailleur me laisse présager pour l'avenir architectural de ce pays, des lendemains florissants, loin de la démesure des projets pharaoniques, une culture coréenne pour une architecture durable, fonctionnelle est abordable prendra racine dans la ville de Busan.

L'amélioration des marchés de plein air à Busan est un enjeu capital, les ajustements architecturaux, associés à un esprit visionnaire qui anime cette ville et qui la fera bondir de plein pied dans une véritable renaissance urbaine. Le bon goût architectural croise l'esprit cartésien fonctionnaliste asiatique dans cette ville.

REFERENCES

[1] Lee (Jong Youl), "The Practice of Urban Renewal in Seoul, Korea: Mode, Governance, and Sustainability". 2nd International Critical Geography Conference. Kyungil University, Taegu, 2000. En ligne à: http://econgeog.misc.hit-u.ac.jp/icgg/intl_mtgs/JYLee.PDF (05/12/2013)

[2] Johnstone (Michael), "Is Seoul An Ugly City? Urban Planning in Korea's Capital", in The Asian Persuasion, publié le 9 Avril 2013. En ligne à: theasianpersuasion.org/articles-about-korea/expat-life-in-korea/is-seoul-an-ugly-city-urban-planning-in-koreas-capital (21/05/2013)

[3] Rüdiger (Frank), Hoare (James E.), Köllner (Patrick) and Pares (Susan), Korea 2013: Politics, Economy, and Society (Korea yearbook), vol. 7, Koninklijke Brill NV, Leiden, Netherlands, 2013.

[4] Mahon (James-E.),"Stratégies d'industrialisation : une comparaison entre l'Amérique latine et l'Asie du Sud-Est", Problèmes économiques, n° 2299, 1992.

[5] Cornu (Gérard), Le Cam (Gérard), Maurey (Hervé), Nicoux (Renée), "La Corée du Sud : richesse d'un pays développé, dynamisme d'un pays émergent". Rapport d'information n°388 (2011-2012). Rapport d'information. Sénat. France. 2012.

[6] Ministry of Government Legislation, Korean Laws, 2010. En ligne à: www.moleg.go.kr/english/korLawEng?pstSeq=52776&rctPstCnt=3&searchCondition=AllButCsfCd&searchKeyword=urban (21/05/2013)

[7] Nam (Yu Jung), Revitalizing and Reinvinting of the Diminishing Public Sphere: The Namdaemun Market District in Seoul, Korea, MA thesis, Massachussetts Insttitute of Technology : USA, 2013

[8] Morales (Alfonso), Balkin (Steven), Persky (Joseph), "The Value of Benefits of a Public Street Market: The Case of Maxwell Street", Sage, Economic Development Quaterly, vol. 6, n. 4, 1995.